

**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA  
CÂMPUS PROFESSOR FRANCISCO GONÇALVES QUILES  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**DANIELE DOS SANTOS**

**INOVAÇÃO SOCIAL EM INICIATIVAS EMPRESARIAIS: UM  
ESTUDO NO MUNICÍPIO DE CACOAL/RO**

**CACOAL/RO  
2015**

**DANIELE DOS SANTOS**

**INOVAÇÃO SOCIAL EM INICIATIVAS EMPRESARIAIS: UM ESTUDO NO  
MUNICÍPIO DE CACOAL/RO**

**Artigo Científico apresentado à Fundação  
Universidade Federal de Rondônia – UNIR –  
Câmpus Prof. Francisco Gonçalves Quiles  
como requisito para obtenção do grau de  
bacharel em Ciências Contábeis.**

**CACOAL/RO  
2015**

Santos, Daniele dos.

S237i Inovação social em iniciativas empresariais: um estudo no município de Cacoal/RO/ Daniele dos Santos – Cacoal/RO: UNIR, 2015.  
36 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação).  
Universidade Federal de Rondônia – Campus de Cacoal.  
Orientadora: Prof. Dra. Nilza Duarte Aleixo de Oliveira.

1. Contabilidade. 2. Inovação social. 3. Responsabilidade social. 4. Filantropia. I. Oliveira, Nilza Duarte Aleixo de. II. Universidade Federal de Rondônia – UNIR. III. Título.

CDU – 657

Catálogo na publicação: Leonel Gandi dos Santos – CRB11/753

**FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA  
CÂMPUS PROFESSOR FRANCISCO GONÇALVES QUILES  
DEPARTAMENTO ACADÊMICO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

O Artigo Científico - TCC intitulado Inovação social em iniciativas empresariais: Um estudo no Município de Cacoal, elaborado pela acadêmica Daniele dos Santos, foi avaliado pela banca examinadora em \_\_\_\_ de \_\_\_\_ de 2015, tendo sido \_\_\_\_\_.

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Nilza Duarte Aleixo de Oliveira  
Presidente

Prof<sup>ª</sup>. Dr<sup>ª</sup>. Suzenir Aguiar da Silva Sato  
Membro

Prof.<sup>a</sup> Ms. Andrea Duarte Aleixo  
Membro

**CACOAL/RO  
2015**

## INOVAÇÃO SOCIAL EM INICIATIVAS EMPRESARIAIS: UM ESTUDO NO MUNICÍPIO DE CACOAL/RO.

Daniele dos Santos<sup>1</sup>

**RESUMO:** A literatura aponta a inovação social como uma ferramenta de mudanças sociais que tem como objetivo a transformação na qualidade de vida do maior número de pessoas na sociedade através do combate dos problemas socioeconômicos. Este trabalho teve como objetivo geral analisar se as iniciativas empresariais que visam a redução da pobreza e a inclusão social se configuram como inovação social. Para atingir os objetivos desse estudo foi realizada pesquisa exploratória e descritiva, com abordagem qualitativa, os dados foram coletados com o uso de roteiro semi-estruturado. Foram pesquisadas 20 (vinte) empresas do Município de Cacoal-RO dos ramos de concessionárias, frigoríficos, instituições financeiras, supermercados e cerâmicas, no período de 8 a 31 de março de 2015. Como resultados do estudo identificou-se que, as práticas de inovação social realizadas no município de Cacoal-RO não são uma realidade na maioria das empresas pesquisadas, no entanto, constatou-se que as práticas sociais mais comuns realizadas por essas empresas são de filantropia e responsabilidade social, ações essas que não são capazes de solucionar os problemas sociais das comunidades. Verificou-se, também que, 40% das empresas pesquisa desconhecem qualquer tipo de problemas de vulnerabilidade socioeconômicos que ocorram com seus funcionários ou com comunidade em que estão inseridas e, seis das vinte empresas não desenvolvem nenhum tipo de prática social. Concluiu-se que, a maioria das empresas pesquisadas procuram contribuir de alguma maneira com a sociedade, seja, através das ações de filantropia, responsabilidade social ou inovação social.

**Palavras-Chave:** Inovação Social. Responsabilidade Social. Filantropia. Iniciativas Sociais. Iniciativas Empresariais

### 1 INTRODUÇÃO

Com o desenvolvimento do sistema capitalista no período da revolução industrial e com o avanço da globalização houve uma significativa expansão dos mercados no sentido econômico, que foi capaz de proliferar a economia e o crescimento dos países. No entanto, os abusos cometidos pelas empresas, para alcançar o lucro e a competitividade foram hostilizados pela sociedade, principalmente, no que se refere ao uso desregrado dos recursos naturais, bem como o crescimento das desigualdades sociais.

Todavia, percebeu-se que o mundo necessita de empresas que tenham como propósito algo maior do que a busca pelo lucro e competitividade, ou seja, de um propósito que transcenda a busca por dinheiro, precisam de estratégias que promovam a sustentabilidade e que, sobretudo, reconheçam que é possível ganhar dinheiro fazendo boas coisas (HART *et al*, 2013).

---

<sup>1</sup> Acadêmica Concluinte do curso de ciências contábeis da Fundação Universidade Federal de Rondônia-Campus Prof. Francisco Gonçalves Quiles, com TCC elaborado sob a orientação da professora Dr<sup>a</sup> Nilza Duarte Aleixo de Oliveira.

As empresas ocupam um importante papel na sociedade, produzindo bens e serviços que possam satisfazer as necessidades de seus clientes. No entanto, as empresas não geram apenas lucros e riquezas, elas também contribuem para a criação de empregos e geração de renda, além de contribuir com o desenvolvimento social e econômico do país.

A contribuição das empresas no processo de combate dos problemas sociais é de extrema importância para a sociedade, bem como para seu próprio desenvolvimento, ou seja, a estabilidade da sociedade torna empresas mais estáveis.

É neste contexto, que a inovação social surge, como uma das formas de se buscar alternativas viáveis, definitivas e sustentáveis para o futuro da sociedade humana, que perpassa a ideia de Responsabilidade Social Corporativa e Filantropia, que seguem um caminho mais orientado para o assistencialismo, ou seja, amenizam os problemas sociais de forma aleatória.

Diante disto surge o seguinte questionamento: as iniciativas empresariais do município de Cacoal que tem como finalidade a redução da pobreza e a inclusão social podem ser tratadas como inovação social?

Portanto, teve como objetivo geral analisar as iniciativas empresariais que visam à redução da pobreza e a inclusão social e se essas iniciativas sociais se configuram como inovação social. E como objetivos específicos: a) identificar as iniciativas empresariais no município de Cacoal-RO que tenham como objetivo a inclusão social e a redução da pobreza; b) analisar se as iniciativas sociais identificadas podem ser tratadas como inovação social; e c) diferenciar a filantropia e a responsabilidade social da inovação social.

Este trabalho se justifica como mecanismo de difusão das práticas de inovação social ocorridas no município de Cacoal, pois não há relatos de estudos sobre inovação social na região, que visam combater as mazelas sociais como a pobreza e a exclusão social.

Outra contribuição refere-se à pesquisa acadêmica, servindo de referência para outros estudos, já que o tema inovação social ainda é pouco explorado na academia, além de oportunizar, o leitor a compreensão sobre o tema inovação social para a realidade brasileira e, bem como sua importância em um cenário de economia globalizada (FARFUS; ROCHA, 2007).

Quanto à metodologia, trata-se de um estudo exploratório e descritivo com abordagem qualitativa e método dedutivo. Utilizou-se da pesquisa bibliográfica e de campo, com coleta de dados por meio de roteiro semiestruturado em entrevistas com gestores de 20 (vinte) empresas dos seguintes segmentos: (2) frigorífico, (2) cerâmicas, (4) supermercados, (8)

instituições financeiras e (4) concessionárias. A coleta de dados aconteceu no período de 8 a 31 de março de 2015.

Verificou-se por meio da pesquisa que, as principais práticas sociais desenvolvidas pelas empresas pesquisadas são de filantropia e responsabilidade social e, que a inovação social não é uma prática na maioria das empresas foco desse estudo.

Além da presente introdução, este trabalho compõem-se de: fundamentação teórica com abordagem dos temas: inovação, tipos de inovação, inovação social e práticas de inovação social. Na sequência tem-se a metodologia, a análise de dados, considerações finais e as referências.

## **2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

Nesta seção serão apresentados os conteúdos teóricos que darão suporte à pesquisa e análise de dados, sendo os principais: inovação, tipos de inovação, inovação social e práticas de inovação social.

### **2.1 INOVAÇÃO**

A inovação até o século XVII era apenas informal e baseada no empirismo, onde o objetivo era apenas resolver problemas de técnicas. Era de caráter artesanal e o caminho de evolução estava diretamente ligado as questões econômicas, mantendo-se longe do caráter intelectual e contemplativo. A atividade de solucionar problemas era do gerente responsável pela atividade produtiva o qual corrigia os erros necessários. Um processo lento, com procedimentos técnicos, porém não tão menos dependente de conhecimentos empíricos e individuais (ZAWISLAK, 1994).

Somente com a evolução das sociedades industriais a partir do século XVIII por consequência de suas atividades que houve a percepção da necessidade de buscar a inovação, buscar maneiras diferentes de produzir produtos, aprimorar processos de produção, e buscar novas matérias primas, pois o mercado já exigia esse processo das empresas (ZAWISLAK, 1994).

Segundo a Lei 10.973/2004 (BRASIL, 2004) que trata de incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo, inovação consiste na introdução de algo novo ou aperfeiçoado no ambiente produtivo ou social que resulte em novos produtos, processos ou serviços. Ela está ligada a competitividade e a lucratividade, tendo como

principal elemento a inovação tecnológica de bens ou serviços, enquanto condição de crescimento (OLIVEIRA, 2013).

Inovação é ter uma ideia que outros ainda não tiveram, nem mesmo os concorrentes, e inseri-la no mercado com sucesso. A inovação também pode ser a prática de solucionar pequenos ou grandes problemas, e buscar soluções para mudar algo que já é feito sempre da mesma maneira, como produtos, serviços ou processos (SIMANTOB; LIPPI, 2003).

O manual de Oslo (OECD, 2005) trata a inovação sendo é a realização de um produto (bem ou serviço) novo ou que seja significativamente melhorado, ou um processo, um novo método de *marketing*, um novo método organizacional nas práticas de negócios, na organização do local de trabalho ou nas relações externas da organização. Já para Phills Jr; Deiglmeier; Miller (2008), as inovações não precisam necessariamente serem originais, devem ser novas para o usuário, para determinado contexto ou aplicação. O processo ou o resultado deve ser mais eficaz do que as alternativas preexistentes.

ZAWISLAK (1994, p.11) destaca que:

As inovações, até em função do tipo de processo que está na sua origem, podem ser de diferentes graus de importância face ao conjunto de conhecimentos em voga. Na verdade, uma inovação é uma nova combinação de conhecimentos para gerar um novo, porém um novo conhecimento que tenha valor de troca e não só valor de uso.

O Movimento Brasil competitivo (MBC, 2008) destaca que a inovação não está limitada nas grandes empresas nem nas empresas de tecnologia avançada. Todas as empresas podem inovar desde que coloque boas ideias em prática e com métodos diferentes, e que resulte em novos produtos e/ou processos inovadores. A inovação é fundamental para que a empresa continue a ser competitiva no mercado cada vez mais ágil, exigente e globalizado. Até mesmo as micro, pequenas e médias empresas, que não possuem práticas voltadas para o mercado exterior, enfrentam a concorrência de empresas de outros países, pois seus produtos e serviços invadem o mercado nacional.

Logo as inovações proporcionam lucros às empresas no início de sua execução, mas à medida que as mesmas são imitadas ou desenvolvidas por outras empresas os lucros derivados da inovação desaparecem. É necessário que a inovação, esteja em um processo contínuo de desenvolvimento algo fundamental para a sobrevivência das empresas no mercado (RAPINI, 2010).

O manual de Oslo (OECD, 2005) acrescenta que as atividades relacionadas à inovação de uma empresa dependem em grande parte da variedade e de relações com as fontes de informação, fontes de conhecimento, de tecnologias, de práticas e recursos humanos e financeiros. É necessário e importante juntar a empresa inovadora com os outros atores que



contribuem com o sistema de inovação como, por exemplo: os laboratórios governamentais, as universidades, departamentos de políticas, reguladores, competidores, fornecedores e consumidores. Essa comunicação é importante para que os diversos atores possam influenciar o desenvolvimento de inovação, além de obter mais informação sobre as diferentes interações e fatores que as influenciam.

A capacidade que as empresas possuem para apossar-se dos ganhos derivados de suas atividades de inovação também pode afetar o processo de inovação. Se por acaso, as empresas não estão habilitadas a proteger suas inovações da imitação de seus concorrentes, elas terão menos incentivo ou motivos para inovar (OECD, 2005). “Por outro lado, se uma indústria funciona bem sem proteção formal, promover essa proteção pode diminuir o fluxo de conhecimentos e de tecnologia e conduzir a preços mais elevados para os bens e serviços” (OECD, 2005, p.26).

Os procedimentos de inovação transmitem benefícios e resultado diretos e indiretos para as empresas. Por isso, vários países têm implantado inovação em seus programas de governo e outras iniciativas para incentivar a inovação nas empresas. No Brasil, há um esforço considerável de apoio e incentivo às empresas inovadoras como, por exemplo, a criação da lei 10.973/2004 de incentivo há inovação. Experiências de todo o mundo concordam que aquelas empresas que inovam são também as que mais exportam, e são as mais bem sucedidas (MBC, 2008).

Neste contexto percebe-se a importância da inovação para o mercado, o seu desenvolvimento econômico, procurando manter o mercado em ritmo de competitividade. A inovação pode ser encontrada em várias áreas de aplicação, desta forma apresentam-se na próxima seção os tipos de inovação.

## 2.2 TIPOS DE INOVAÇÃO

Segundo o Manual da Oslo (OECD, 2005) há quatro tipos de inovações que encerram um amplo conjunto de atividades das empresas, são eles: a inovação de produto, a inovação de processo, a inovação organizacional e a inovação de *marketing*.

- a) **Inovação de produto** - o Manual define como inovação de produto, sendo a introdução de um bem ou serviço novo ou melhorado tanto nas suas características como no uso previsto. Incluem-se nesses melhoramentos as especificações técnicas, os componentes e materiais, os *softwares* incorporados, bem como a facilidade de uso ou outras características ligada a funcionalidade. Para o MBC (2008), inovação em

produto consiste no desenvolvimento de novos produtos ou o melhoramento significativo dos mesmos, e que possam atender melhor as necessidades do mercado.

- b) **Inovação de processo** - consiste na implementação de um método de produção ou distribuição novo ou melhorado. Incluindo mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou *softwares* (OECD, 2005). São mudanças ocorridas no sistema de se fazer produtos ou serviços. Sejam na distribuição, no desenvolvimento de novas formas de fabricação ou nos novos meios de se prestar serviços (MBC, 2008).
- c) **Inovação de *Marketing*** - sendo um novo método de *marketing* que traz mudanças significativas na fabricação de produto ou de sua embalagem, no posicionamento do produto, na sua promoção ou na fixação de preços (OECD, 2005).
- d) **Inovação organizacional** - que consiste em um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas (OECD, 2005). Quando são adaptadas ou quando são desenvolvidos novos métodos de organização e de gestão, seja, no local de trabalho ou nas relações da empresa com o mercado, fornecedores ou distribuidores (MBC, 2008).

Além destes tipos de inovação tratados no Manual de Oslo (2005), existem outros tipos de inovação como, por exemplo: inovação ambiental; inovação interorganizacional; e inovação social.

a) **inovação ambiental** consiste na introdução de ações na organização, considerando a qualidade de produtos, os processos e o mercado, com graus de novidades diferentes, podendo apenas ser melhorias incrementais que possam aumentar o desempenho de algo que já exista ou radical, que promova algo completamente inédito, tendo como objetivo principal a redução dos impactos ambientais das empresas. A inovação ambiental possuiu um relacionamento bilateral, com previsão da gestão ambiental organizacional (ANGELO; JABBOUR; GALINA, 2011).

b) **Inovação interorganizacional** - consiste na cooperação entre as organizações com o objetivo de aproveitar oportunidades e desenvolver inovações, as empresas que estão filiadas a *clusters* possui maiores chances de apresentar vantagens competitivas do que as empresas que não fazem parte desse grupo (BOSSINK, 2007; BOEHE *et al*, 2011).

c) **a inovação social** - pode ser definida como sendo uma solução para um problema social que seja mais eficiente, eficaz e sustentável e que crie valor para a sociedade como um todo e não apenas valor a um único indivíduo (PHILLS JR; DEIGLMEIER; MILLER, 2008).

Considerando o tema proposto para o presente projeto, a seção 6.3 será dedicada a inovação social com mais profundidade, tratando de conceitos, características, objetivos e práticas.

### 3 INOVAÇÃO SOCIAL

Antes dos conceitos e definições de inovação social é preciso compreender o conceito de responsabilidade socioambiental e a filantropia, de forma que seja possível diferenciar as práticas e resultados de cada um.

Segundo Tenório (2006) responsabilidade social é o compromisso da empresa com a sociedade, buscando melhorar a qualidade de vida das comunidades. Considera-se que a responsabilidade social é um compromisso da empresa com seus colaboradores, clientes, fornecedores, comunidade e o meio ambiente. Para Serpek (2006), a responsabilidade social nada mais é do que as ações empresariais para satisfazer os requisitos da legislação e de coerções da sociedade, e também satisfazer as normas internacionais que tem exigido das empresas práticas sociais.

A sociedade e o mercado têm cobrado do empresariado ações que possam atender de maneira eficiente as necessidades sociais buscando minimizar não somente as desigualdades sociais existentes, mas também o impacto negativo causado pelo desenvolvimento de atividades de alguns setores da economia. E um dos meios de diminuir esses impactos negativos é através da responsabilidade social (ARANTES, 2006). As empresas, que adotam um comportamento socialmente responsável, são poderosos agentes de mudança ao assumirem parcerias com a sociedade civil e com o Estado, na constituição de um mundo economicamente mais próspero e socialmente mais justo (RICO, 2004).

Já a filantropia trata das ações de benemerência da empresa por meio de participações em campanhas sociais isoladas ou doações aleatórias que faz a instituições sociais, o conceito de responsabilidade social possui uma amplitude muito maior (SANTOS, 2003).

Segundo Borger (2001), consiste na discriminação de ações tomadas pela gerência da empresa em resposta aos problemas sociais e representam os papéis voluntários que os negócios assumem onde a sociedade não prevê perspectiva clara e precisa como acontece nos outros componentes. As expectativas são organizadas pelas normas sociais e ficam por conta do julgamento individual de cada gestor e de cada corporação.

Cunha (2005, p. 2), entende a filantropia como sendo:

Uma saída emergencial ao controle da pobreza, apresentando-se sob novas bases, com destaque para experiências implementadas por empresas com o discurso de responsabilidade social, de compromisso com o desenvolvimento sustentado e de solidariedade. Entende-se esta última como sendo a solidariedade indiferenciada entre classe, ou seja, entre capital e trabalho consubstanciado no apelo à participação de todos no enfrentamento da pobreza.

Para Tenório (2006), a filantropia empresarial é consistente em ações de caráter assistencialista, de caridade e temporária. Ela é realizada por meio de doações de materiais ou recursos financeiros a comunidades ou instituições sociais.

Quanto à inovação social, segundo Bignetti (2011), é a consequência do conhecimento aplicado as necessidades sociais, através da participação e da colaboração de toda a sociedade, gerando soluções novas para os problemas sociais, sendo essas soluções duradouras para os grupos sociais, comunidades ou até mesmo para a sociedade em geral. Os principais fins deste tipo de inovação é gerar valor e benefícios coletivos. “Por si só, a palavra “social” remete a algo que é coletivo ou comunitário, por isso revelam um conjunto de necessidades e desejos que estão ligados a sociedade” (BORGES, 2014, p.32).

A inovação social está relacionada em fazer algo novo e/ou melhorado e que possa beneficiar a sociedade como um todo. Segundo Mulgan *et al* (2006), a inovação social se refere a ideias que sejam novas, que tenham como objetivo o social, e seja capaz de satisfazer as necessidades sociais e sejam desenvolvidas e propagadas através de organizações cujo objetivo principal é o social, isso diferencia de inovação de negócios do qual objetivo principal é a maximização de lucro.

Já para Ossani (2013) a inovação social pode ser ações, atividades e serviços inovadores, podendo ser algo novo para um local específico, ou novo de uma forma geral; entende-se que a inovação social busca atender as necessidades dos indivíduos ou das comunidades e que ela seja capaz de levar mudanças positivas à sociedade e como consequência criar valor social.

Ossani (2013, p.23), define inovação social sendo;

[...] qualquer ação que busque localizar e empregar novas formas de solucionar as necessidades sociais e melhorar a qualidade de vida das pessoas e das comunidades. Entende-se que a inovação social é processo e resultado da combinação de recursos e de conhecimentos existentes, rompendo fronteiras organizacionais ou setoriais e estabelecendo novas relações, entre indivíduos e grupos.

Considerando, então, os conceitos apresentados de Responsabilidade Social e Filantropia, pode-se dizer que a responsabilidade social baseia-se apenas em transmitir à sociedade uma nova visão, de ética e de transparência, ou seja, a de que a organização busca

contribuir com a sociedade ajudando a amenizar algum tipo de problema social. Pode-se dizer também que as ações de filantropia não são capazes de resolver os problemas sociais, pois são pequenas ações aleatórias feitas pelas empresas para ajudar as instituições sociais, elas apenas atendem a problemas emergenciais. Já as ações de inovação social modificam a vida das pessoas, geram autonomia e resolvem os problemas sociais. São ações de longo prazo que visam combater os problemas sociais, como a pobreza e a desigualdade social (ANAZ, 2014; SERPEK, 2006; BORGER, 2001).

Phills Jr., Deiglmeier e Miller (2008) defendem que a inovação social é a melhor forma para entender e produzir mudança social duradoura. De modo a ganhar mais certeza e consciência, segundo os autores a inovação social é uma nova solução para um problema social que é mais eficaz, eficiente, sustentável, ou apenas que as soluções existentes e para o qual acumula valor coletivo, para a sociedade como um todo não apenas a um único indivíduo em particular.

Ainda, no conceito de inovação social Phills Jr., Deiglmeier e Miller (2008) entendem que a inovação social pode se originar de um produto, processo de produção, ou tecnologia. Um conceito que é muito parecido com a inovação em geral, mas também pode ser um princípio, uma ideia, uma peça de legislação, um movimento social, uma intervenção, ou alguma combinação delas.

A inovação social possui caráter não mercantil, ou seja, algo que pode ser produzido, porém não é vendido, a inovação social possui um caráter coletividade, e uma intenção que não só gera, mas que também visa às transformações das relações sociais (ANDRÉ; ABREU, 2006). Para Castor (2007, p.77) “uma inovação “social” poderia analogamente ser entendida como a busca, descoberta, experimentação, desenvolvimento, imitação e adoção de “arranjos sociais alternativos” para produzir algo”.

CASTOR (2007, p.79), entende que as inovações sociais;

[...] devem ser guiadas também por objetivos que não são econômicos no sentido estrito do termo e sim também pela busca da justiça, da equidade, da solidariedade, da inclusão dos grupos marginalizados, da expressão das individualidades, da minimização dos impactos ambientais e da preservação do tecido sociocultural entre outros.

Seja qual for à natureza da inovação social, ela possuirá relação com diferentes integrantes da sociedade, processos, objetos e sistemas mais ou menos complexos, uma melhor organização dos seus elementos possibilita a realização de novos arranjos ou novas funções sócio-organizacionais. (ROLLIN; VICENT, 2007).

De acordo com André e Abreu (2006), a inovação social gera uma resposta nova e socialmente reconhecida e que gera mudança social, ligando consequentemente três características; (i) satisfação das necessidades humanas que não são satisfeitas pelo mercado; (ii) estímulo da inclusão social; (iii) capacitação de agentes ou atores sujeitos, potencial ou efetivamente, a processos de exclusão/marginalização social, desencadeando, por essa via, uma mudança, mais ou menos intensa, das relações de poder.

A figura 1 apresenta os conceitos de inovação social na concepção de alguns autores, conforme levantamento realizado por Bignetti (2011):

<b>Autor</b>	<b>Conceito</b>
Taylor (1970)	Formas aperfeiçoadas de ação, novas formas de fazer as coisas, novas invenções sociais.
Dagnino e Gomes (2000, in Dagnino <i>et al</i> , 2014)	Conhecimento- intangível ou incorporado a pessoas ou equipamentos, tático ou codificado, que tem por objetivo o aumento da efetividade dos processos, serviços e produtos relacionados à satisfação das necessidades sociais.
Cloutier (2003)	Uma resposta nova, definitiva na ação e com efeito duradouro, para uma situação considerada insatisfatória, que busca o bem-estar dos indivíduos e/ou comunidades.
Stanford Social Innovation review (2003)	O Processo de inventar, garantir apoio e implementar novas soluções para problemas e necessidades sociais.
Novy e Leubolt (2005)	A inovação social deriva principalmente de: satisfação de necessidades humanas básicas; aumento de participação política de grupos marginalizados; aumento na capacidade sociopolítica e no acesso a recursos necessários para reforçar direitos que conduzam à satisfação das necessidades humanas e à participação.
Rodrigues (2006)	Mudanças na forma como o indivíduo se reconhece no mundo e nas expectativas recíprocas entre pessoas, decorrentes de abordagens, práticas e intervenções.
Moulaert <i>et al.</i> (2007)	Ferramenta para uma visão alternativa do desenvolvimento urbano, focada na satisfação de necessidades humanas (e empowerment) através da inovação nas relações no seio da vizinhança e da governança comunitária.
Mulgan <i>et al.</i> (2007)	Novas ideias que funcionam na satisfação de objetivos sociais; atividades inovativas e serviços que são motivados pelo objetivo de satisfazer necessidades sociais e que são predominantemente desenvolvidas e difundidas através de organizações cujos propósitos primários são sociais.
Phills <i>et al.</i> (2008)	O propósito de buscar uma nova solução para um problema social que é mais efetiva, eficiente, sustentável ou justa do que as soluções existentes e para a qual o valor criado atinge principalmente a sociedade como todo e não indivíduos em particular.
Pol e Ville (2009)	Nova ideia que tem o potencial de melhorar a qualidade ou a quantidade da vida.
Murray <i>et al</i> (2010)	Novas idéias (produtos, serviços e modelos) que simultaneamente satisfazem necessidades sociais e criam novas relações ou colaborações sociais. Em outras palavras, são inovações que, ao mesmo tempo, são boas para a sociedade e aumentam a capacidade da sociedade de agir.

**Figura 1-** Definições de inovação social

**Fonte:** Bignetti (2011, p.6).

Algumas práticas de inovação social já ganharam difusão em todo o mundo, outras ainda permanecem no anonimato.

As mais conhecidas são destacadas por meio de trabalhos acadêmicos e nos sites das organizações proponentes.

### 3.1 PRÁTICAS DE INOVAÇÃO SOCIAL

No campo da inovação tecnológica, o mercado, ou mais especificamente o lucro, são quem conduzem à inovação. As empresas inovam para evitar ameaças e riscos ligados à concorrência, ou para aproveitar oportunidades, posicionando-se mais favoravelmente face aos concorrentes. O que impulsiona o âmbito da inovação social, não é a concorrência, mas sim a necessidade de vencer adversidades e riscos ligados aos problemas sociais, embora a possibilidade de aproveitar as oportunidades de responder os desafios trazem a elas incentivo (ANDRÉ; ABREU, 2006).

A figura 2 apresenta alguns exemplos de inovação social, de acordo com os conceitos tratados na seção anterior.

INOVAÇÃO SOCIAL	PRÁTICA	OBJETIVO	RESULTADO
<i>Grameen Bank</i> - Fundado por Muhammad Yunus	Empréstimo de dinheiro às pessoas mais necessitadas, castigadas pela pobreza, pessoas que eram rejeitadas por bancos tradicionais, pois elas não tinham o que dar em garantia pelo dinheiro emprestado.	O objetivo de Yunus foi de promover a criação de emprego e a geração de renda nas comunidades mais necessitadas, incentivando, principalmente, o empreendedorismo, sempre em bases sustentáveis e avesso ao voluntariado.	Milhares de pessoas foram beneficiadas com crédito oferecido pelo banco, sendo a maioria mulheres. Através do banco os beneficiários abriram seu próprio negócio, fazendo com que essas pessoas saíssem da linha da miséria e garantissem sua própria renda.
Banco de Palmas	Primeiro Banco comunitário do Brasil, fundado em 1998, no conjunto Palmeira, na periferia de Fortaleza. Desenvolveu um sistema econômico que conta com uma linha de microcrédito. A gestão do banco é feita pela própria comunidade, envolvendo a coordenação, gestão e administração dos recursos; sistema integrado de desenvolvimento local, que promove crédito, produção, comercialização e capacitação ao mesmo tempo, e o circulante local (PALMAS), complementar à moeda oficial ou real.	Atender as necessidades de produtores e consumidores, sendo instrumentos de incentivo ao consumo local (cartão de crédito e moeda social circulante) e alternativas de comercialização (feiras e lojas solidárias), promovendo a geração de emprego e renda para diversas pessoas na comunidade e região.	Criou um mercado solidário na comunidade, criando um mercado solidário entre as famílias, trazendo o crescimento a região e melhorando a renda das famílias e o desenvolvimento da região.
Escola Fundação Bradesco	Proporciona as melhores práticas de educação pedagógica do Brasil e do mundo. Ainda proporciona assistência médico-odontológico, uniformes, alimentação e materiais. A escola esta instalada nas regiões mais carentes socioeconômicas. A renda para manter a instituição é de sua parte como acionista do banco Bradesco.	Objetivo da escola é proporcionar educação e profissionalização para crianças, jovens e adultos.	Na região norte são mais de 17.000 alunos, na capacitação técnica o número de matrículas para área de administração; representa 43% dos alunos matriculados nas escolas. Com taxa de aprovação de 95%, 92 % são alunos que moram na própria comunidade. Contribuindo com a formação de milhares de jovens e adultos, desde a educação básica até a capacitação técnica.
Fundação Telefônica Vivo	A fundação desenvolveu a plataforma de desenvolvimento de empreendedorismo.	O objetivo é trabalhar com jovens de comunidades mais pobres para que eles desenvolvam projetos inovadores com o uso de tecnologias.	Capacitação dos jovens, para o mercado de trabalho, podendo eles mesmos desenvolver seu próprio negócio. Além de contribuir para o desenvolvimento da comunidade, gerando emprego e renda.

**Figura 2-** Práticas de inovação social

**Fonte:** Fundação Bradesco (2014); Melo Neto Segundo (2008); SILVA (2014); Yunus; Moingeon; Lehmann-Ortega (2010); Ribeiro (2009).

A Telefônica Vivo e o Banco Bradesco, conforme evidencia na figura 2, demonstram ações de inovação social no âmbito empresarial, ou seja, o direcionamento de parte de seus

lucros como forma de melhorar a qualidade de vida das comunidades, bem como criar alternativas para gerar emprego e renda, por meio de formação educacional e fomentar novas idéias por meio do empreendedorismo.

Esses exemplos são considerados formas de inovação social capazes de mudar a vida das pessoas, seja, com a educação escolar, ou com o incentivo ao empreendedorismo. Através da união de diversos atores da comunidade pode-se desenvolver mecanismo de mudanças sociais. Como nos casos citados, percebe-se a importância da inovação social na sociedade.

#### **4 METODOLOGIA**

Com base nos objetivos e no problema constituído na concepção da pesquisa delineou-se os procedimentos metodológicos.

A pesquisa no que se refere aos objetivos caracteriza-se como exploratória e descritiva. “A pesquisa exploratória têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores” (GIL, 2008, p.27). A pesquisa exploratória tem como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses (SILVA, 2003).

Quanto ao método classifica-se como dedutivo, com procedimentos de pesquisa bibliográfica e de campo em abordagem qualitativa. A pesquisa bibliográfica desenvolveu-se com a utilização de revistas e periódicos, artigos científicos, dissertações, dentre outros.

A coleta de dados ocorreu por meio de entrevistas baseadas em um roteiro semi-estruturado (APÊNDICE A).

O roteiro semi-estruturado foi elaborado no sentido de identificar as iniciativas empresariais que visam à redução da pobreza e da desigualdade social, as quais foram classificadas na seção que trata da análise dos resultados como ações que se configuram ou não como inovação social. Tal procedimento teve como base os conceitos de inovação social apresentados por Taylor (1970), Mulgan *et al.* (2006), Rollin e Vincent (2007) e Phills Jr., Deiglmeier e Miller (2008).

Foi realizado um pré-teste com duas empresas semelhantes às que foram pesquisadas. A aplicação do pré-teste teve por objetivo verificar a fidedignidade, validade e verificar se o vocabulário é acessível e adequado para o instrumento de pesquisa utilizado (roteiro semi-estruturado), antes de seu uso definitivo.



Participaram da pesquisa administradores ou proprietários de maiores empresas do município de Cacoal, dos seguintes segmentos: supermercado, instituições financeiras dentre elas as cooperativas de crédito, concessionárias, cerâmicas e frigoríficos.

A escolha desses seguimentos apóia-se na idéia de que tais organizações possuem maior capacidade financeira, bem como na possibilidade de destinação de partes de seus lucros para o desenvolvimento de projetos de caráter social. De acordo com Braga e Célia (2007), as organizações possuem grande influência no processo de gestão sustentável, primeiramente porque possuem recursos financeiros e segundo porque podem transferir capital social de forma mais diligente que o governo, pelo fato de estarem culturalmente mais adaptadas a trabalhar com objetivos e retorno.

Para se chegar ao quantitativo de empresas dos segmentos comerciais selecionados para a pesquisa recorreu-se à Secretaria Municipal de Indústria, Comércio e Turismo de Cacoal (SEMICT). De posse da listagem de empresas procedeu-se a seleção das mesmas nos segmentos priorizados na pesquisa, sendo essas empresas as maiores pagantes de ISS para o município de Cacoal-RO, conforme relatório. O quantitativo de empresas e de entrevistas realizadas consta da figura 3.

Ramo de atividade	Quantitativo de empresas informadas pela SEMICT	Quantitativo de empresas pesquisadas
Concessionárias	4	4
Cerâmicas	3	2
Frigoríficos	2	2
Supermercados	5	4
Instituições financeiras	8	8
<b>Total</b>	<b>22</b>	<b>20</b>

**Figura 3** – Quantitativo de empresas participantes da pesquisa

**Fonte:** pesquisa de campo (2015)

A pesquisa, por meio de entrevistas e roteiro semi-estruturado foi realizada no período de 08 de março a 31 de março de 2015, nas 20 (vinte) empresas selecionadas dos ramos de supermercado, instituições financeiras, concessionárias, cerâmicas e frigoríficos.

Após a coleta de dados, os mesmos foram analisados por meio da técnica de análise de conteúdo, seguindo as orientações de Gil (2008): 1º) pré-análise onde inicia-se geralmente com os primeiros contatos com os documentos (roteiro de pesquisa); 2º) preparação do material para análise; e 3º) análise de conteúdo dos dados coletados nas entrevistas com uso do roteiro semi-estruturado e com base no material bibliográfico.

## **5 MUNICÍPIO DA PESQUISA**

Cacoal surgiu com a implantação do projeto Integrado de Colonização PIC Gi-Paraná, em 1972, é a quarta maior cidade do Estado de Rondônia, esta a 485 km da Capital Porto Velho, a população do município esta estimada em 86.556 (IBGE, 2014), com índice de desenvolvimento humano (IDH) em 0,718 (Cacoal, 2015). A indústria é uma das principais bases econômicas do município, além de contribuir com o desenvolvimento econômico, contribui também na geração de empregos, Cacoal conta com cerca de 1.838 empresas atuantes, (IBGE, 2012).

Também é considerado um pólo universitário devido ter 4 (quatro) faculdades e 1 (uma) Universidade Federal, que conta com cursos de diversas áreas (saúde, engenharias, administração, contábeis,) e outros (UNIR, 2015; FACIMED, 2015, UNOPAR, 2015; UNESC, 2015; FANORTE, 2015). O município conta com empresas dos mais variados ramos de atividade como: cerâmicas, supermercados, concessionárias, lojas de confecções, instituições financeiras, frigoríficos.

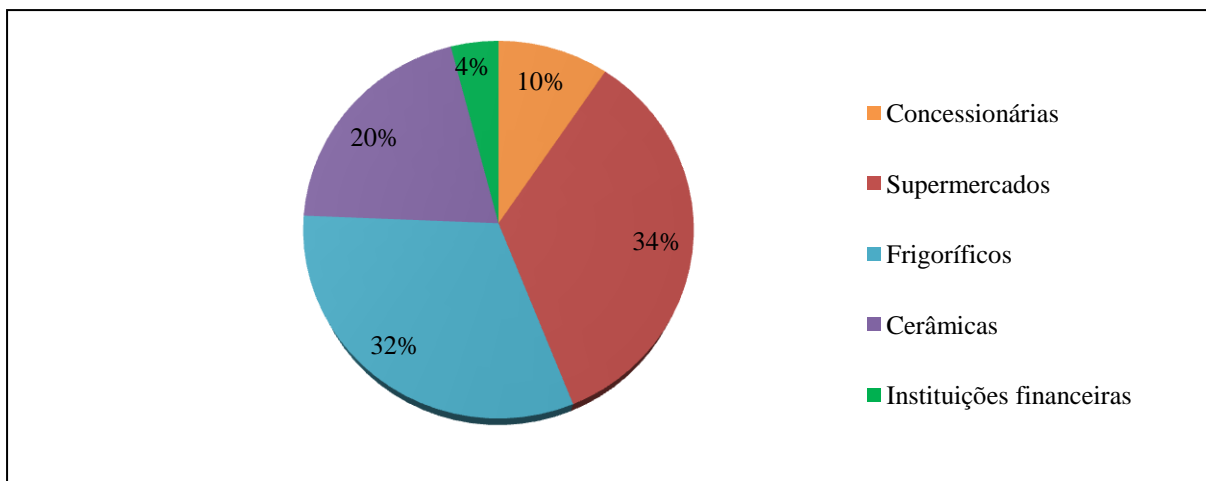
## **6 ANÁLISE E DISCUSSÃO**

Nesta sessão serão apresentados os resultados dos dados coletados por meio da pesquisa de campo, a qual foi aplicada nos ramos de supermercados, concessionárias, frigoríficos, cerâmicas e instituições financeiras do município de Cacoal.

A apresentação desta seção segue a seguinte dinâmica: inicialmente tem-se a subseção 6.1, que trata do perfil das empresas pesquisadas; e, na sequência, a subseção 6.2 a qual aborda as iniciativas empresariais de caráter social identificadas nas empresas em estudo.

### **6.1 PERFIL DAS EMPRESAS**

Considerando a grande importância econômica do comércio no município de Cacoal, no que se refere à geração de emprego e renda verificou-se que dos ramos de atividades pesquisados o que mais gera empregos é o ramo de supermercados, seguido dos frigoríficos e o que apresenta menor empregabilidade é o ramo de instituição financeira como pode ser observado na figura 4.



**Figura 4:** Funcionários por ramo de atividade

**Fonte:** Dados da pesquisa (2015).

Quanto ao grau de escolaridade dos gestores, verificou-se que mais 50% destes possuem ensino superior completo, e que apenas 10% tem segundo grau completo.

As empresas pesquisadas em sua maioria possuem mais de 15 anos de fundação, logo são entidades que contribuem há muitos anos com o desenvolvimento do município de Cacoal, principalmente, na geração de empregos, além de possuírem credibilidade no mercado.

O ramo de atividade que tem o maior número de empresas com mais tempo de atividade no município são as instituições financeiras e os supermercados, são empresas que vem se desenvolvendo juntamente com o crescimento do município de Cacoal, conforme apresenta a tabela 1.

RAMO DE ATIVIDADE	ATIVIDADES EM ANOS		
	1-10	11-15	Acima de 15
<b>Concessionárias (4)</b>	1	-	3
<b>Supermercados (4)</b>	-	-	4
<b>Frigoríficos (2)</b>	1	1	-
<b>Cerâmicas (2)</b>	-	-	2
<b>Instituições Financeiras (8)</b>	1	-	7

**Tabela 1:** Tempo de Atividade das empresas no Município

**Fonte:** dados da pesquisa (2015).

Quanto à idade média dos funcionários por ramo de atividade verificou-se que as empresas pesquisadas possuem um quadro de funcionários constituído de pessoas jovens, entre 25 e 30 anos. Considerando esses dados, pode-se dizer que os funcionários dessas empresas podem adaptar-se mais facilmente à inovação e adesão às políticas organizacionais. Assim, as empresas tendem a ter novos projetos empresariais e sociais, que visem o desenvolvimento social dos funcionários e até mesmo da comunidade externa.

Pesquisa identificou que o ramo de atividade que mais emprega mulheres é ramo de instituições financeiras, o ramo de cerâmicas e o ramo de frigoríficos onde mais de 50% dos funcionários são homens, segundo os gestores, são atividades que necessitam de maior esforço físico.

Os gestores do ramo de concessionárias informaram que os homens são em maior número devido à parte de oficina, já no ramo supermercados por ter diversas atividades o número de homens e mulheres são os mesmos.

Ainda, sobre o perfil dos funcionários, mais de 50% deles são da raça parda e cerca de 80% dos gestores entrevistados dizem ter no seu quadro funcional pessoas da raça negra, os 20% que responderam não terem no quadro de funcionários pessoas negras disseram não haver restrição alguma em contratá-las.

Quanto ao nível de escolaridade dos funcionários, este é bem diversificado se comparado por ramo de atividade, no caso das atividades dos supermercados e frigoríficos a escolaridade predominante é o segundo grau completo, nas cerâmicas a escolaridade dos funcionários é menor, predomina o ensino fundamental, diferente da realidade das instituições financeiras e das concessionárias onde o grau de escolaridade é mais elevado, no caso das instituições financeiras a preferência é a contratação de pessoas que estejam cursando ou cursaram ensino superior.

Vale ressaltar que, das empresas pesquisadas, o ramo de instituições financeiras é o único que proporciona incentivos para a educação dos funcionários (ajuda no custeio de até 80 % de curso superior), diferente do que ocorrem nos ramos de supermercados, cerâmicas, frigoríficos e concessionárias, onde não ocorre incentivo ao estudo dos funcionários das empresas pesquisadas.

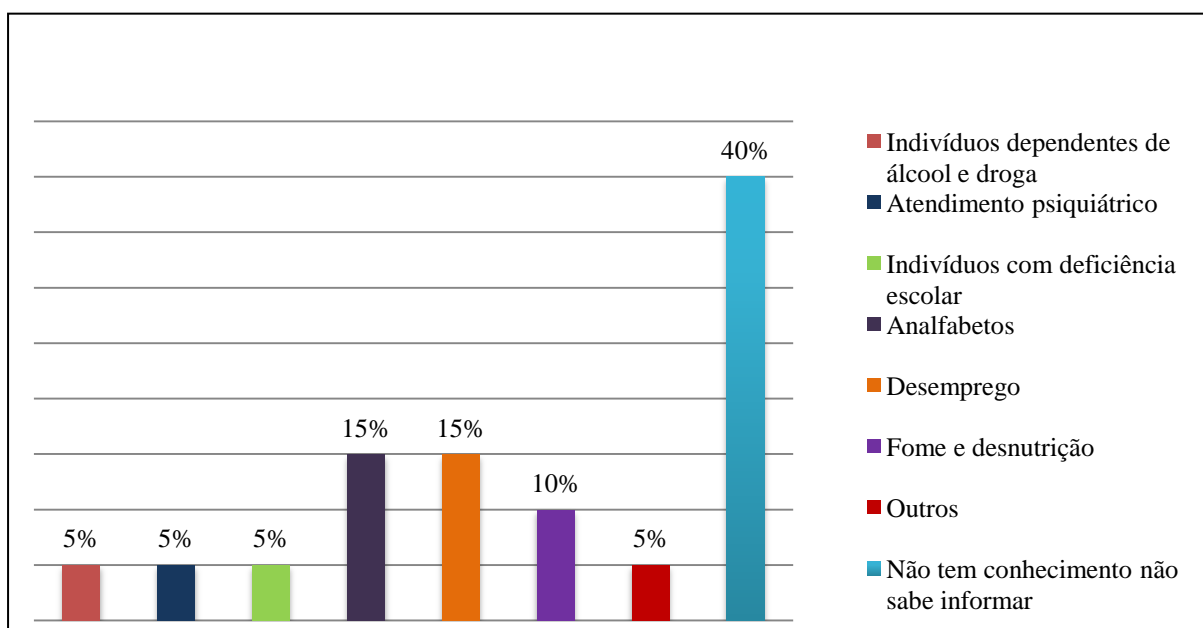
## 6.2 INICIATIVAS EMPRESARIAIS DE CARÁTER SOCIAL

De acordo com os dados coletados nas entrevistas com uso do roteiro semi-estruturado, questionou-se aos entrevistados se as empresas devem contribuir para a melhoria da qualidade de vida de pessoas com vulnerabilidade socioeconômica, visando uma sociedade mais justa ou esta situação é um problema do governo e o mesmo deve buscar alternativas resolvê-lo.

A maioria dos pesquisados responderam que os problemas de vulnerabilidade socioeconômicos devem ser resolvidos pelo governo em conjunto com as empresas. Mas, que

o maior responsável para solucionar ou amenizar esses problemas sociais e econômicos é o governo, já que as empresas pagam muitos impostos e não têm incentivos fiscais ou financeiros suficientes para realizar esse tipo de ações.

Sobre quais os problemas de vulnerabilidade social que as empresas conhecem e que estão presentes nas comunidades, junto aos funcionários ou com a família deles, os principais problemas identificados estão destacados na figura 5.



**Figura 5:** Problemas de vulnerabilidade econômica identificados na comunidade, funcionários e familiares.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2015)

A figura 5 evidencia que, 40% dos gestores das empresas pesquisadas desconhecem qualquer tipo de problema de vulnerabilidade socioeconômica na empresa ou na comunidade externa. Ainda, de acordo com a figura 5, os problemas mais listados pelos gestores referem-se à questão do analfabetismo e problemas psiquiátricos.

Quando questionados sobre o que fazem para solucionar ou amenizar os problemas de vulnerabilidade social que têm conhecimento, as empresas do ramo de cerâmicas e do ramo de concessionárias informaram que já desenvolveu alguma prática social.

Das duas cerâmicas pesquisadas uma levou professores até a empresa, estruturou uma sala de aula, doou material escolar para que os funcionários analfabetos pudessem ser alfabetizados. E, a outra cerâmica nos casos de pessoas desempregadas nas famílias dos funcionários, disseram fazer análise do curriculum dessas pessoas e caso atendam o perfil de funcionário que a empresa almeja, a mesma os contratam, o mesmo ocorrem em uma das quatro concessionárias pesquisadas.

As demais empresas pesquisadas informaram que elas têm conhecimento de algum problema de vulnerabilidade socioeconômica, porém não é feita nenhuma ação para amenizar ou solucionar os problemas identificados.

Quanto às ações sociais feitas pelas empresas em forma de doações, percebe-se que a destinação desses recursos são para as mesmas entidades, como pode ser observado na figura 6.

Setor	Ação	Beneficiários
<b>Concessionárias</b>	Doação em dinheiro	CERNIC, ABISAI, Rotary clube, São Camilo.
<b>Supermercados</b>	Doações em alimentos (cesta básica) e frutas e legumes não comercializáveis, mas que podem ser consumidos.	Casa de apoio Hospital São Daniel Comboni, ABISAI, CERNIC, São Camilo, Casa da Sopa.
<b>Frigoríficos</b>	Doação de produto (carne) e dinheiro	CERNIC, ABIC, APMC
<b>Cerâmicas</b>	Dinheiro e Material (telhas e tijolos)	CERNIC, Bombeiro, Polícia Militar
<b>Instituições Financeiras</b>	Doações em dinheiro	CERNIC, São Camilo, ABISAI, doações para campanhas de saúde municipal.

**Figura 6:** Doações para entidades filantrópicas

**Fonte:** dados da pesquisa (2015)

No que diz respeito à prestação de serviços voluntários, 75% dos gestores das empresas disseram que as mesmas não realizam nenhum tipo de atividade voluntária, o motivo seria a falta de projeto e disponibilidade de tempo.

Dos 25% dos gestores que responderam prestar serviço voluntário, quando questionados sobre qual seria a motivação e os benefícios que essas ações trazem para a empresa, disseram que vêem como motivação a responsabilidade social e o reconhecimento positivo por parte da comunidade e como benefício, o fortalecimento da marca no cenário comercial.

Quanto à participação em campanhas sociais de agasalho, sangue ou de alimentos promovidas por outras entidades, 70% responderam participar de alguma delas, principalmente em campanhas de arrecadação de alimentos realizadas nos finais de ano.

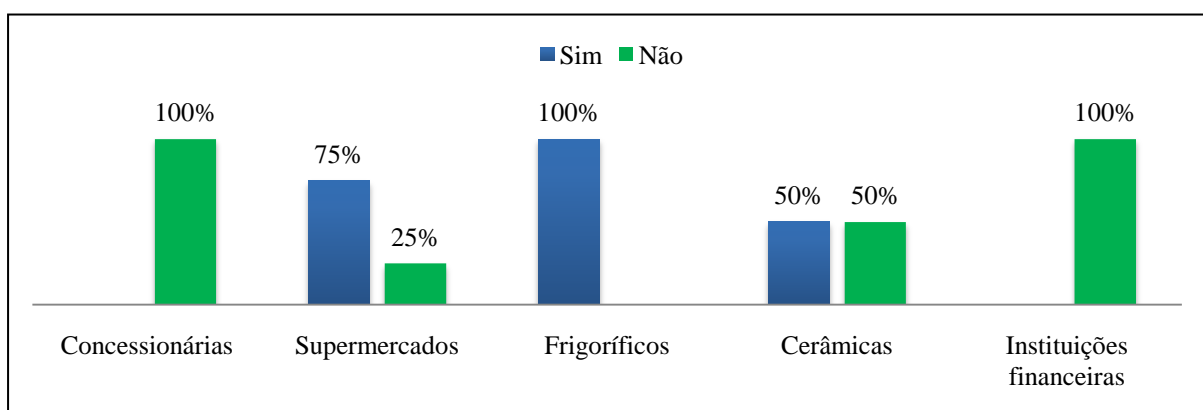
As ações de prestação de serviços voluntários, a participação das empresas pesquisadas em campanhas sociais, bem como as ações descritas na figura 6 são caracterizadas como filantropia.

Segundo Tenório (2006), a filantropia empresarial é ações de caráter assistencialista, ações essas feitas de maneira temporária e aleatória, por meio de doações financeiras e materiais, para amenizar os problemas temporários da comunidade externa. As empresas

participam dessas ações com objetivo de evidenciar para a comunidade uma ideia de preocupação com os problemas sociais ocorridos na mesma (CUNHA, 2005).

Para Santos (2003) a filantropia trata das ações de honorabilidade da empresa por meio de participações em campanhas isoladas ou doações casuais que fazem a instituições sociais. São ações tomadas pela gerência em resposta aos problemas sociais, cabendo a cada gestor a responsabilidade de contribuir na minimização desses problemas, através de ações voluntárias (BORGER, 2001).

Quanto à contratação de pessoas portadoras de necessidades especiais (PNEs), percebe-se uma grande variação com relação ao ramo de atividade das empresas, como demonstra a figura 7.



**Figura 7:** Portadores de necessidades especiais nas empresas.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2015)

Como demonstra a figura 7, as empresas dos ramos de frigoríficos, as cerâmicas e os supermercados pesquisados possuem (PNEs,) o mesmo não ocorre nos ramos de concessionárias e instituições financeiras. As empresas que empregam os (PNEs) dizem que não seguem apenas a legislação, já que muitas delas ultrapassam número de funcionários (PNEs) exigido pela lei, e vêem essa ação como uma forma de responsabilidade social.

No caso das instituições financeiras apenas suas matrizes tem contratado funcionários (PNEs) para atender a legislação, segundo os pesquisados o percentual de contratação de deficientes exigido em lei, cujo procedimento de cálculo se dá pelo total geral de funcionários da empresa (filiais e matriz) e não pelo total de funcionários por filial.

No que diz respeito às concessionárias, não há exigência legal para que as empresas contatem pessoas (PNEs) segundo elas também não há restrição alguma em contratá-los, desde que tenha o perfil procurado pela empresa.

Cabe ressaltar que a Legislação que regulamenta a contratação de Pessoas Portadoras de Necessidades Especiais, a Lei 8.213/1991 (BRASIL, 1991), estabelece em seu art.93 que, a

empresa com 100 (cem) ou mais empregados está obrigada a preencher de 2% (dois por cento) a 5% (cinco por cento) dos seus cargos com beneficiários reabilitados ou pessoas portadoras de deficiência.

Quando questionados sobre apoiar ou não atividades culturais ou esportivas, 45% das empresas pesquisadas responderam apoiar atividades culturais e esportivas, participando ou contribuindo. A colaboração das empresas nessas atividades é em forma de patrocínio (dinheiro, alimentação e uniformes) e com a participação dos times formados pelos funcionários das próprias empresas.

Algumas das empresas pesquisadas apóiam atividades culturais e esportivas em outras localidades, como por exemplo, algumas instituições financeiras com patrocínios de seleções brasileiras. As demais que não apóiam, alegam falta de recursos financeiros e projetos.

Questões de responsabilidade ambiental também foram aplicadas junto aos respondentes. Quando à destinação do lixo considerado comum e o de produção das empresas, estas praticam diversas ações, conforme pode ser observado na figura 8, que mostra o tipo de lixo e a destinação deles por ramo de atividade.

Ramo de atividade	Tipo de Lixo/Destinação		Tipo de Lixo/Destinação	
	Comum		Produção	
Concessionárias	Papeis Papelão e plásticos	Coleta municipal	Óleo, pneu, estopa, peças,	A retirada desses materiais é feita por empresas especializadas no tratamento e reciclagem.
Supermercados	Papeis Papelão e, plásticos e vidro	Coleta municipal	Frutas, legumes e verduras que não são comercializados, mas que estão em bom estado para ser consumido.	Alimentos que não estão em bom estado para a comercialização mas que podem ser consumidos são doados para entidades filantrópicas ou para sitiantes tratem de animais.
Frigoríficos	Papeis Papelão e plásticos	Coleta municipal	Pêlo e gordura	Venda e compostagem
Cerâmicas	Papeis e plásticos	Coleta municipal	Restos de telhas e tijolos	Usado para recapear o chão na própria empresa
Instituições Financeiras	Plásticos	Coleta municipal	Papéis	São picotados e queimados

**Figura 8:** Destinação do lixo comum e de produção

**Fonte:** dados da pesquisa (2015)

Conforme dados da figura 8, identificou-se que o lixo comum (papeis, papelão, plástico e vidro) de todas as empresas tem a mesma destinação, a coleta municipal. Os resíduos de produção de maneira geral possuem destinação consciente, não são jogados na



natureza e no caso dos materiais das concessionárias são tratados por empresas especializadas que os reciclam.

Com relação à preocupação com a qualidade dos produtos, com a forma de produção e exploração, buscou-se identificar se os seus fornecedores possuem ações capazes de diminuir os impactos ambientais, 60% dos gestores responderam não ter conhecimento sobre a maneira que os fornecedores exploram seus produtos e, 40% dos gestores que responderam sim, tentam saber se os fornecedores têm explorado o meio ambiente de maneira consciente, buscando conhecer a responsabilidade da empresa fornecedora para diminuir os problemas ambientais.

Ainda, sobre as ações ambientais das empresas quanto ao uso de água, energia e papel, 35% delas fazem apenas conscientização com os funcionários, buscando a economia de papel, água e energia, principalmente, de energia devido aumento no valor das contas, 65% possuem algum método de controle com o objetivo de diminuir o desperdício desses materiais como, por exemplo: possuem gerador de energia, poço artesiano, equipe de controle de qualidade, controle feito no orçamento pelas matrizes e equipamentos mais econômicos.

As ações sociais como o apoio a atividades culturais e esportivas, a preocupação com a qualidade dos produtos, uso de água, energia e papel, bem como os casos tratados na figura 7 e 8 são consideradas ações de responsabilidade social, ou seja, o compromisso das empresas com a sociedade, um meio de diminuir a intimidação da sociedade e satisfazer as exigências legais. A responsabilidade social não se limita apenas em doações, ela vai além, através dela são desenvolvidas parcerias com a comunidade, governo e até o envolvimento do corpo de funcionários nos projetos da empresa (BORGER, 2001; TENÓRIO, 2006; SERPEK, 2006).

Além disso, a responsabilidade social é uma forma de conduzir as ações organizacionais fundamentadas em valores éticos que visem integrar todos os atores da sociedade em suas relações: clientes, fornecedores, governo e funcionários, ou seja, todos aqueles que são afetados diretamente ou não por suas atividades contribuindo para a construção de uma sociedade que promova a igualdade de oportunidades e a inclusão social no país (RICO, 2004).

De acordo com Arantes (2006), a sociedade e o mercado têm cobrado das empresas atitudes mais socialmente responsáveis, buscando não apenas diminuir as desigualdades sociais, mas também os impactos negativos causados por suas ações.

Na sequência, buscou-se junto aos respondentes identificar os projetos sociais que as empresas pesquisadas desenvolvem só ou em parceria com outras organizações, que venham a contribuir para a melhoria da qualidade de vida dos funcionários e da comunidade externa.

Para atender ao objetivo geral proposto na pesquisa, que consiste em analisar se as iniciativas empresariais que visam à redução da pobreza e a inclusão social se configuram como inovação social, a pesquisa de campo buscou identificar essas ações as quais foram listadas na figura 9.

Após identificá-las junto às empresas pesquisadas (figura 9), as mesmas foram classificadas em ações de filantropia, responsabilidade social e as ações caracterizadas como inovação social, de acordo com os conceitos das referidas ações, os quais foram abordados no referencial teórico.

Atividade	Ação	Classificação
<b>Concessionárias</b>		
C1	Projetos voltados à sustentabilidade, preservação e conservação do meio ambiente. Ex: conservação de corais, projeto arara azul. Projeto é financiado pela entidade. O estado de Rondônia ainda não é contemplado com esses projetos.	Responsabilidade Social
C2	Não desenvolve projeto social	-----
C3	Financia o Campeonato Estadual de Futebol de Rondônia.	Responsabilidade Social
C4	Projeto realizado anualmente, que conta com atendimento a saúde, esporte, cultura. Sendo realizado em parceria com outras entidades. Contribui financeiramente (mensal) com o projeto música na comunidade, realizado pela Polícia Militar no município, que atende crianças carentes das comunidades mais carentes da cidade. A empresa não tem feito acompanhamento do projeto.	Responsabilidade Social
<b>Supermercados</b>		
S1	Doação financeira (mensal) para o CERNIC	Filantropia
S2, S3 e S4	Não desenvolvem projetos sociais	-----
<b>Frigoríficos</b>		
F1	Mantém com demais empresas o Instituto Germinare em São Paulo, que oferece educação do ensino fundamental ao médio, além do programa jovem gestor. Em 2015 tem atendido cerca de 500 crianças.	Inovação Social
F2	Doação financeira (mensal) para o CERNIC	Filantropia
<b>Cerâmicas</b>		
C1	Não desenvolve projeto social	-----
C2	Não desenvolve projeto social	-----
<b>Inst. Financeiras</b>		
IF1	A fundação do Banco Itaú financia e desenvolve projetos voltados ao incentivo à leitura nas escolas, bem como as olimpíadas de língua portuguesa, além de financiar projetos sociais do governo. A empresa não tem financiado nenhuma entidade do município.	Inovação Social
IF2	*A Fundação do Banco do Brasil mantém em parceria com a prefeitura do município o projeto AABB comunidade que atende cerca de 120 crianças carentes dos bairros periféricos da cidade, com idade de 6 a 17 anos. Conta com atendimento voltado a complementação educacional, atividades esportivas e exames laboratoriais 2 vezes ao ano. **Quanto aos funcionários, a entidade financia 80% de curso superior, área voltada às atividades bancárias (administração, ciências contábeis, direito e economia).	*Inovação Social (**se o financiamento do curso for considerado fator condicionante na decisão do funcionário para fazer o curso superior). Caso contrário se configura como ação de responsabilidade social.
IF3	A empresa contribui com o funcionário que esteja cursando ensino superior, porém o curso deve ser de áreas afins do banco como ciências contábeis, administração e direito (de graduação a doutorado), o valor do benefício varia de 30% a 80% do valor total do curso.	Inovação Social (se o financiamento do curso for considerado fator condicionante na decisão do funcionário para fazer o curso superior), caso contrário se configura como ação de responsabilidade social.
IF4	O banco conta com a Fundação Bradesco que possui escolas em todos estados brasileiros, na região norte foram atendidos cerca de 17.810 alunos em 2014. É oferecido nas escolas o ensino fundamental e médio, também conta com cursos técnicos (informática, agropecuária, logística), aulas de música e teatro e assistência odontológica.	Inovação Social
IF5	A instituição financia 50% da graduação superior do funcionário, em áreas afins das atividades da empresa (ciências contábeis, administração e economia).	Inovação Social (se o financiamento do curso for considerado fator condicionante na decisão do funcionário para fazer o curso superior), caso contrário se configura como ação de responsabilidade social.
IF6	Banco HSBC - projeto educacional que atende cerca de 350 crianças e adolescentes por ano, que vivem em instituições de acolhimento em Curitiba. Oferece assistência médica por meio de plano de saúde, complemento escolar, preparação para inserção no mercado de trabalho e, no Programa Jovem Aprendiz pela Capacitação Básica para o Trabalho para jovens entre 16 e 18 anos. A referida instituição não desenvolve projetos sociais no Município de Cacoal.	Inovação social
IF7	A empresa doa uma moto para a festa do CERNIC, uma vez ao ano e também financiou a reforma do saguão do aeroporto de Ji-Paraná.	Filantropia e Responsabilidade Social
IF8	O banco contribui com o valor mensal de R\$ 600,00 para o funcionário que esteja cursando ensino superior, independente do curso.	Inovação Social (se o financiamento do curso for considerado fator condicionante na decisão do funcionário para fazer o curso superior), caso contrário se configura como ação de responsabilidade social.

**Figura 9:** Classificação dos projetos sociais.

**Fonte:** Dados da pesquisa (2015)

Como demonstra a figura 9, as ações sociais desenvolvidas no município de Cacoal em sua maioria são de caráter filantrópico e de responsabilidade social, das vinte empresas pesquisadas apenas oito informaram realizar práticas que podem ser tratadas como de inovação social, considerando os financiamentos de educação, com as observações tratadas na figura 9.

Dos 4 (quatro) supermercados pesquisados apenas um possui ação de filantropia, ou seja, promovem ações assistencialistas quanto aos problemas sociais da comunidade. As ações de filantropia consistem em doações feitas de maneira aleatória e praticadas de maneira eventual.

Quanto ao ramo de concessionária, das 4 (quatro) empresas pesquisadas, 3 (três) desenvolvem ações de responsabilidade social através da participação em eventos sociais ou em parceria com outras empresas, buscando passar à sociedade uma ideia positiva de suas ações.

O segmento de cerâmica não possui nenhum projeto social, os motivos alegados seriam a falta de incentivo fiscal e de projetos.

Já, o ramo de frigorífico, nas duas empresas visitadas, uma faz filantropia e a outra apresenta um projeto que se configura como inovação social, no entanto, o mesmo é executado no Estado de São Paulo, como evidencia a figura 9.

Observa-se, portanto, que os projetos de inovação social desenvolvidos no município de Cacoal, identificados na pesquisa estão presentes nas instituições financeiras (figura 9).

Phills Jr., Deiglmeier e Miller (2008) e Rollin e Vicent (2007), observam que os projetos de inovação social devem ser caráter duradouro, pois buscam atender as necessidades sociais da coletividade por meio da geração de novas soluções para os problemas sociais, ou seja, busca-se uma solução definitiva para promover a autonomia e o bem-estar dos beneficiários dessas ações.

Conforme orientação dos autores, as ações identificadas nas instituições financeiras possuem caráter duradouro, portanto, podem ser tratadas como de inovação social. Os projetos são voltados para atenderem os funcionários das próprias empresas e, também da comunidade externa, em educação e esporte. Neste segmento identificou-se maior presença da inovação social, como demonstra a figura 9.

Com objetivo de melhor evidenciar os achados da pesquisa quanto às práticas de inovação social no município de Cacoal, estes foram elencados na figura 10.

Atividade	Ação	Classificação
<b>Frigorífico</b>		
<b>F1</b>	Mantém com demais empresas o Instituto Germinare em São Paulo, que oferece educação do ensino fundamental ao médio, além do programa jovem gestor. Em 2015 tem atendido cerca de 500 crianças.	Inovação Social
<b>Inst.financieiras</b>		
<b>IF 2</b>	A fundação do banco Itaú financia e desenvolve projetos voltados ao incentivo à leitura nas escolas, bem como as olimpíadas de língua portuguesa, além de financiar projetos sociais do governo. A empresa não tem financiado nenhuma entidade no município.	Inovação Social
<b>IF 3</b>	A fundação banco do Brasil mantém em parceria com a prefeitura do município o projeto AABB comunidade que atende cerca de 120 crianças carentes dos bairros periféricos da cidade, com idade de 6 a 17 anos. Conta com atendimento voltado a complementação educacional, atividades esportivas e exames laboratoriais e vezes ano.** Quanto aos funcionários, a entidade financia 80% de curso superior, área voltada a atividades bancárias (administração, ciências contábeis, direito e economia).	Inovação Social **(se o financiamento for fator condicionante na decisão do funcionário para fazer curso superior). Caso contrário se configura como responsabilidade social.
<b>IF 4</b>	O banco conta com a Fundação Bradesco que possui escolas em todos os estados brasileiros, na região norte foram atendidos em cerca de 17.810 alunos em 2014. É oferecido nas escolas ensino fundamental e médio, também conta com cursos técnicos (informática, agropecuária, logística), aulas de música e teatro, além de assistência odontológica.	Inovação social
<b>IF 5</b>	Banco HSBC- projeto educacional que atende cerca de 350 crianças e adolescentes por ano, que vivem em instituições de acolhimento em Curitiba. Oferece assistência médica por meio de plano de saúde, complemento escolar, preparação para inserção no mercado de trabalho e, no programa Jovem aprendiz pela capacitação Básica para ao trabalho para jovens entre 16 e 18 anos. A referida instituição não desenvolve projetos sociais no município de Cacoal.	Inovação social
<b>IF 6</b>	*A empresa contribui com o funcionário que esteja cursando ensino superior, porém o curso deve ser de áreas afins do banco como ciências contábeis, administração e direito (de graduação a doutorado), o valor do benefício varia de 30% a 80% do valor total do curso.	** (se o financiamento for fator condicionante na decisão do funcionário para fazer curso superior). Caso contrário se configura como responsabilidade social.
<b>IF 7</b>	*A instituição financia 50% da graduação superior do funcionário, em áreas afins das atividades da empresa (ciências contábeis, administração e economia).	** (se o financiamento for fator condicionante na decisão do funcionário para fazer curso superior). Caso contrário se configura como responsabilidade social.
<b>IF 8</b>	*O banco contribui com o valor mensal de R\$ 600,00 para o funcionário que esteja cursando ensino superior, independente do curso.	** (se o financiamento for fator condicionante na decisão do funcionário para fazer curso superior). Caso contrário se configura como responsabilidade social.

**Figura 10:** Práticas de inovação social no município de Cacoal

**Fonte:** Dados da pesquisa (2015)

A inovação social oferece mudanças sociais positivas para a vida das pessoas e pode ser originada de produtos e processos, uma peça de lei, serviços, ideias inovadoras ou até mesmo de um movimento com objetivo social (MULGAN, 2006; OSSONI, 2013).

A figura 10 evidencia que, das inovações sociais identificadas nas empresas pesquisadas estão focadas na educação, principalmente, para crianças e jovens.

Outro fator importante a ser considerado é que, as inovações sociais seguem mecanismos de difusão que favorecem a replicação e a expansão dos resultados a outras comunidades (BIGNETTI, 2011). Portanto, as práticas de sucesso podem ser reaplicadas por empresas de mesmo segmento ou de segmentos diferentes.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Este trabalho teve como objetivo analisar se as iniciativas empresariais que visam a redução da pobreza e a inclusão social se configuram como inovação social.

Verificou-se que as iniciativas sociais identificadas nos ramos de atividades pesquisados (frigoríficos, cerâmicas, concessionárias, supermercados e instituições financeiras) em sua maioria não são caracterizadas como inovação social.

Das empresas 20 (vinte) empresas pesquisadas apenas 8 (oito) apresentaram desenvolver práticas de inovação social, sendo que duas dessas empresas não desenvolvem projeto de inovação social no município de Cacoal e, sim em outros estados brasileiros. Das iniciativas de inovação social que ocorrem no município, todas elas são praticadas por empresas do ramo de instituições financeiras.

A fundação do Banco do Brasil que conta também com a parceria do governo municipal, oferece para crianças carentes da comunidade educação, cultura e lazer, o mesmo ocorre com a fundação Bradesco que oferece ensino fundamental e médio, além de esporte e atendimento médico. Além disso, foi identificado que as instituições financeiras custeiam até 80% do valor do curso superior para os seus funcionários, com objetivo de melhorar a qualidade de vida dos mesmos e o seu desempenho profissional na empresa.

Entende-se que as iniciativas de inovação social que foram identificadas na pesquisa colaboram com o desenvolvimento social dos beneficiados, melhorando a qualidade da educação dos mesmos e que, de alguma maneira ajuda a reduzir as despesas do município, no que se refere à educação desses alunos e ainda melhora o desempenho profissional dos funcionários beneficiados com ações de inovação social, bem como contribui com o desenvolvimento das empresas. O financiamento de curso superior realizado pelas instituições financeiras pesquisadas podem ser caracterizados como inovação social caso o financiamento do curso superior for fator condicionante para o funcionário realizar o curso, caso contrario será tratado como responsabilidade social.

Quanto às demais práticas sociais identificadas, o estudo revelou que as empresas pesquisadas procuram interagir de alguma maneira com a sociedade, seja por meio da filantropia com a participação em campanhas, através de doações, patrocínios, ou por meio da responsabilidade social que, ocorre também de maneira eventual, para passar a sociedade uma ideia de preocupação social.

Revelou, também, que as empresas foco do estudo operam no mercado ainda com pensamento mais tradicional, ou seja, centrada somente no desempenho econômico, apresentando poucas contribuições para o desenvolvimento social e para a gestão sustentável.

Os resultados apresentados trazem importantes contribuições acadêmicas como o conhecimento das práticas sociais desenvolvidas pelas empresas dos ramos de atividades pesquisadas no município de Cacoal-RO, já que não há relatos de estudos sobre a inovação social na região, bem como uma ferramenta de difusão de conhecimento sobre o tema na academia.

Por meio dos dados coletados e com base na literatura foi possível diferenciar as práticas sociais de inovação social, filantropia e responsabilidade, que são formas distintas de se praticar ações sociais.

Pode-se considerar que as empresas pesquisadas possuem boas condições financeiras e uma boa imagem de suas marcas na região em que estão inseridas, por tal razão podem contribuir de maneira significativa com o desenvolvimento social que vise à inclusão social e a redução da pobreza da comunidade local, através de projetos sociais. Por tanto sugere-se para as empresas pesquisadas a implantação de projetos sociais como cursos profissionalizantes voltado a geração de renda de jovens e mulheres mais carentes das comunidades.

Para pesquisas futuras sugere-se a realização de um estudo para identificar as mudanças ocorridas na vida das pessoas beneficiadas com os projetos de inovação social identificados nessa pesquisa.

## REFERÊNCIAS

ANAZ, Silvio. **A inovação social aponta novos caminhos para as empresas**. Revista HSM management, edição 103, pp.58-72, mar/abril, 2014.

ANDRÉ, Isabel; ABREU Alexandre. Dimensões e espaços da inovação social. **Finisterra**, XLI, 81, pp. 121-141, 2006.

ANGELO, Fernanda Dias; JABBOUR, Charbel, J.C; GALINA, Simone Vasconcelos Ribeiro. **Inovação ambiental**: das imprecisões conceituais a uma definição comum no âmbito da Gestão Ambiental proativa, ano 6 nº 4, p. 143-155, 2011. < <http://revista.feb.unesp.br/index.php/gepros> >. Acesso em: 10 set.2014.

ARANTES, Elaine. **Investimento em responsabilidade social e sua relação com o desempenho econômico das empresas**. Conhecimento interativo, v. 2, n. 1, p. 03-09, jan./jun. 2006. São José dos Pinhais, Paraná, 2006.

BIGNETTI, Luiz Paulo. **As inovações sociais**: uma incursão por ideias, tendências e focos de pesquisa. n° 1, v.47, pp.3-14, 2011. Disponível em: < [http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias\\_sociais/article/view/1040/0](http://revistas.unisinos.br/index.php/ciencias_sociais/article/view/1040/0) >. Acesso em: 15 set. 2014.

BORGER, Fernanda Gabriela. **Responsabilidade social**: efeitos da atuação social na dinâmica empresarial. 2001. 257 fls. **Tese** (Doutorado em Administração). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2001.

BOSSINK, Bart. A. G. The interorganizational innovation processes of sustainable building: A Dutch case of joint building innovation in sustainability. **Building and Environment**, pp.1-7, 2007.

BOEHE, Dirk Michael; LARENTIS, Fabiano; TONI, Deonir De; MATTIA, Adilene Álvares. **Papel das relações interorganizacionais e da capacidade de inovação na propensão para exportar**. Revista Eletrônica de Administração. Universidade Federal do Rio Grande do Sul. 2011.

BORGES, Débora Quevedo. **A contribuição do storytelling em projetos de inovação social**. 2014. 107 fls. **Dissertação** (Mestrado em Design) – Universidade Vale do Rio dos Sinos, Porto Alegre, 2014.

BRASIL. Lei n° 10.973, de 2 de dezembro de 2004. **Dispõe sobre incentivos à inovação e à pesquisa científica e tecnológica no ambiente produtivo e dá outras providências**. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/ccivil\\_03/\\_ato2004-2006/2004/lei/110.973.htm](http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2004-2006/2004/lei/110.973.htm) >. Acesso em: 12 out. 2014.

\_\_\_\_\_. Lei n° 8.213, de 24 de julho de 1991. **Dispõe sobre os Planos de Benefícios da Previdência Social e dá outras providências**. Disponível em: < [http://www.planalto.gov.br/CCIVIL\\_03/leis/L8213cons.htm](http://www.planalto.gov.br/CCIVIL_03/leis/L8213cons.htm) >. Acesso em: 4 julh.2015.

CACOAL, Prefeitura Municipal de Cacoal. Disponível em: < <http://www.cacoal.ro.gov.br/?pagina=economia> >. Acesso em: 18 de junh. 2015.

CASTOR, Belmiro Valverde Jobim. Inovação social e desenvolvimento. In. FARFUS, Daniele; ROCHA, Maria Crithina de Souza (Orgs.). **Inovações sociais**. Curitiba: SESI/SENAI/IEL/UNINDUS, 2007. (COLEÇÃO INOVA, V. 2).

\_\_\_\_\_. Inovação social e sustentabilidade. In. FARFUS, Daniele; ROCHA, Maria Crithina de Souza (orgs.). **Inovações sociais**. Curitiba: SESI/SENAI/IEL/UNINDUS, 2007. (COLEÇÃO INOVA, V. 2).

CUNHA, NÚBIA MARIA DIAS DA. **Filantropia empresarial**: entre os ganhos sociais, a exploração do trabalhador e à focalização do atendimento. In: II JORNADA INTERNACIONAL DE POLÍTICAS PÚBLICAS. 23 a 26, 2005. São Luiz-Ma. Universidade Federal do Maranhão. pp.8, 2003.

FACIMED, Faculdade de Ciências Biológicas de Cacoal. Disponível em: < <http://facimed.edu.br/site/> >. Acesso em: 18 de junh.2015.



FANORTE, Instituição de ensino superior de Cacoal. Disponível em: <<http://www.fanorte.com.br/>> Acesso em: 18 de junh. 2015.

FUNDAÇÃO BRADESCO. **Educação que amplia horizontes e transforma vidas.** Disponível em: <<http://www.fb.org.br/>>. Acesso em: 25 out.2014.

GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4ª ed. São Paulo: Atlas, 2006.

\_\_\_\_\_. **Métodos e técnicas de pesquisa social.** 6º ed. São Paulo: Atlas, 2008.

HART, Stuart; SHARMA, Aarti; SARKAR, Christian; TATA, Ratan. Ganhar dinheiro não basta. **HSM Management**, novembro-Dezembro 2013.

IBGE, Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Cidades @.** Disponível em :<<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/perfil.php?lang=&codmun=110004>>. Acesso em: 23 de mai.2015.

LAKATOS, Maria Eva. MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de metodologia científica.** 5º ed. São Paulo: Atlas, 2003.

\_\_\_\_\_. **Metodologia Científica.** 5º ed. São Paulo: Atlas, 2007.

LAGO, Adriano. **Fatores condicionantes do desenvolvimento de relacionamentos intercooperativos no cooperativismo agropecuário.** TESE (Doutorado em Agronegócios) 2009. Universidade Federal do Rio Grande do Sul.

MBC. Movimento Brasil Competitivo. **Manual de inovação.** Brasília, 2008.

MELO NETO SEGUNDO, João Joaquim de. **Boletim responsabilidade social e ambiental do sistema financeiro**, Ano 3, nº 29, Abril de 2008. Disponível em: <<http://www.bcb.gov.br/pre/boletimrsa/BOLRSA200804.pdf>>. Acesso em: 13 out. 2014.

MENESES, João Wengorovius. **A necessária inovação social.** Audiência pública e dar voz aos pobres. Lisboa 8 de novembro de 2008. Disponível em: <<http://pt.slideshare.net/jwmeneses/cnjp-071108-presentation?related=2>>. Acesso em: 11 out. 2014.

MULGAN, Geoff *et al.* **Social Innovation: what it is, why it matters and how it can be accelerated.** OXFORD said Business School, 2006. Disponível em: <<http://youngfoundation.org/wp-content/uploads/2012/10/Social-Innovation-what-it-is-why-it-matters-how-it-can-be-accelerated-March-2007>>. Acesso em: 11 out. 2014.

OLIVEIRA, N. D. A. **Desenvolvimento sustentável, inovação, tecnologia social e empreendedorismo coletivo, em relacionamentos intercooperativos:** Sistema CREDITAG e cooperativas de produção agrícola de Rondônia. 2013. 279 fls. Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2013.

OECD - *Organisation de Coopération et de Développement Économiques.* **Développement durable Les grandes questions.** Paris: Éditions de l'OCDE, 2001.



\_\_\_\_\_. **OSLO- Manual de Oslo**. Diretrizes para Coleta e Interpretação de Dados Sobre Inovação. Terceira edição: FINEP, 2005. Disponível em: < <http://www.oei.es/salactsi/oslo2.pdf> >. Acesso em: 02 out. 2014.

OSSANI, Adriane. **A inovação social como processo e resultado da governança da colaboração interorganizacional: O caso do canal futura**. 2013. 114 fls. **Dissertação** (Mestrado em Administração). Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2013.

PHILLS JR., James A.; DEIGMEIER, Kriss; MILLER, Dale T. Rediscovering social innovation. **Stanford Social Innovation Review**, Fall, pp. 34-43, 2008.

RAPINI, Márcia Siqueira. **O financiamento aos investimentos em inovação no Brasil**. 2010. 146 fls. **Tese** (Doutorado em Economia). Universidade Federal do Rio de Janeiro. Rio de Janeiro, 2010.

RICO, Elizabeth de Melo. **A responsabilidade social empresarial e o Estado: uma aliança para o desenvolvimento sustentável**. São paulo em perspectiva, 18(4): 73-82, 2004. Disponível em: < <http://www.scielo.br/pdf/spp/v18n4/a09v18n4.pdf> >. Acesso em: 23 mai.2015.

RIBEIRO, Daniel de Araújo. **Microcrédito como meio de desenvolvimento social**. 2009.100 fls. **Dissertação** (Mestrado em Direito Empresarial). Faculdade de Direito Milton Campos. Nova Lima, 2009.

ROLLIN, J; VICENT, V. **Acteurs et processus d'innovation sociale au Québec**: Université du Québec, 2007. Disponível em: < [http://ptc.quebec.ca/rqis/system/files/documents/membres/Sophie%20Duchaine/Ouvrage\\_2009\\_pour\\_ptc.pdf](http://ptc.quebec.ca/rqis/system/files/documents/membres/Sophie%20Duchaine/Ouvrage_2009_pour_ptc.pdf) >. Acesso em: 11 out. 2014.

SANTOS, Elenice C. Roginski M. **Filantropia ou Responsabilidade Social?** Sanare. Revista Técnica da Sanepar, Curitiba, v.20, n.20, p. 18-27, jul./dez. 2003.

SCHREIBER, José Gentil. **O papel do microcrédito no combate à pobreza: avaliação do impacto do microcrédito sobre a renda dos microempreendedores, clientes do banco do empreendedor**. 2009. 172 fls. **Tese** (Doutorado em Desenvolvimento Econômico). Universidade Federal do Paraná. Curitiba, 2009.

SCHVARZ SOBRINHO, Romeu. **Proposta de estrutura para análise da natureza das inovações em organizações: uma aplicação em cooperativas agropecuárias paranaenses**. 2009. 105 fls. **Tese** (Doutorado em Agronegócios). Universidade Federal do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, 2009.

SERPEK, Paulo. **Responsabilidade social e competência interpessoal**. Curitiba: IbpeX, 2006. Disponível em: < <http://books.google.com.br/books?id=aiEtF7Of1dYC&printsec=frontcover&hl=ptBR#v=onepage&q&f=false> >. Acesso em: 12 de out. 2014.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro de. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2003.

SILVA, Sandra Regina. **Fontes de inspiração**. Revista hsm management, edição 103, PP.58-72, mar/abril, 2014.

SIMANTOB, Moyses; LIPPI, Roberta. **Guia econômico valor de inovação nas empresas**. São Paulo: Globo editora, 2003.

TENÓRIO, Fernando Guilherme. **Responsabilidade Social Empresarial: teoria e prática**. 2º ed. Rio de Janeiro: editora FGV, 2006. Disponível em: < <http://books.google.com.br/books?id=Ba2MgcYAdSoC&printsec=frontcover&hl=pt-BR#v=onepage&q&f=false> >. Acesso em: 12 de out.2014.

UNESC, Faculdades integradas de Cacoal. Disponível em: < <http://www.unescnet.br/inicio.asp#> >. Acesso em: 18 de junh. 2015.

UNIR, Universidade Federal de Rondônia. Disponível em: < <http://www.unir.br/> >. Acesso em: 18 de junh.2015.

UNOPAR, Universidade Norte Parana. Disponível em: < <http://polos.unoparead.com.br/cacoal-ro> >. Acesso em: 18 de junh. 2015.

YUNUS, Muhammad; MOINGEON, Bertrand; LEHMANN-ORTEGA, Laurence. **Building Social Business Models: Lessons from the Grameen Experience**. Long Range Planning, vol.43, pp. 308-325, 2010.

ZAWISLAK, Paulo Antônio. **A relação entre conhecimento e desenvolvimento: essência do progresso técnico**. Universidade Federal do Rio Grande do Sul, 1994. Disponível em: < <http://www.ufrgs.br/decon/publionline/textosdidaticos/Textodid02.pdf> >. Acesso em: 12 out. 2014.

## **APÊNDICE (A)**

**APÊNDICE A – ROTEIRO DE PESQUISA****FUNDAÇÃO UNIVERSIDADE FEDERAL DE RONDÔNIA  
CÂMPUS PROFESSOR FRANCISCO GONÇALVES QUILES  
DEPARTAMENTO DO CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

Esta pesquisa tem por objetivo identificar as iniciativas empresariais de natureza social que contribuam para a melhoria da qualidade de vida da comunidade.

**1 PERFIL DA EMPRESA**

**Nome da empresa:** \_\_\_\_\_

**Nome do administrador/proprietário:** \_\_\_\_\_

**Cargo ou Função:** \_\_\_\_\_

**Ramo de atividade:** \_\_\_\_\_

**Ano de fundação:** \_\_\_\_\_

**Área de abrangência da empresa:** \_\_\_\_\_

**Quantos funcionários a organização possui?** \_\_\_\_\_

1. Em sua opinião, as empresas devem contribuir para a melhoria da qualidade de vida de pessoas com vulnerabilidade socioeconômica, visando uma sociedade mais justa ou esta situação é um problema do governo e o mesmo deve buscar alternativas resolvê-lo?
2. Qual o perfil dos funcionários da empresa? Idade, sexo, cor, grau de escolaridade.
3. A empresa tem conhecimento de funcionários e suas famílias e comunidade do entorno que se encontram em condições de vulnerabilidade social, como por exemplo:
  - ( ) Indivíduos dependentes de substâncias psico-ativas (álcool e drogas);
  - ( ) Indivíduos em atendimento especializado e tratamento psiquiatria;
  - ( ) Indivíduos com deficiência escolar;
  - ( ) Analfabetos;
  - ( ) Desemprego
  - ( ) Fome e desnutrição;
  - ( ) Outros \_\_\_\_\_
  - ( ) Não tem conhecimento. Não sabe informar.
4. Caso tenha conhecimento de funcionários e suas famílias e comunidade do entorno que se encontram em condições de vulnerabilidade social, a empresa desenvolve alguma ação que possa contribuir para amenizar ou solucionar o problema de vulnerabilidade social? Se positivo, quais e como faz?

5. Se a empresa contribui para amenizar ou solucionar o problema de vulnerabilidade social de seus funcionários, família ou da comunidade. A empresa tem acompanhado o desenvolvimento dessas ações juntamente com as famílias beneficiadas?
6. A empresa faz doações para entidades filantrópicas? Se positivo, quais tipos de doações? E qual entidade? (pode ser alimentos, móveis e equipamentos usados, moeda, etc).
7. A empresa faz algum tipo de trabalho voluntário? Se positivo, quais e para quem?
8. Quais os fatores para que a empresa não realize nenhum tipo de trabalho voluntário ou projeto social que tenham como objetivo o desenvolvimento social?
9. A empresa participa de campanhas de doação (de sangue, de agasalho, de alimentos etc), quando promovidas por alguma entidade?
10. A empresa faz a separação do lixo para reciclagem? Se positivo de que forma faz?
11. A empresa contribui para o não desperdício de energia, água e papel? Se positivo, de que forma faz isso?
12. Qual a destinação dos resíduos de produção? Como é feita a sua gestão?
13. A empresa se preocupa com a qualidade de seus produtos, com a maneira eles estão sendo produzidos ou explorados por seus fornecedores. Procurando identificar se são produzidos de maneira que não venha a prejudicar o meio ambiente?
14. A empresa desenvolve (só ou em parceria com outras organizações) algum tipo de projeto que contribui para a melhoria da qualidade de vida dos funcionários e também da comunidade externa (além de doações e serviços voluntários)? Se positivo, descrever os objetivos do projeto; os beneficiários; e recursos aplicados. (exemplos: projetos voltados para a educação; esporte; habitação; saúde, geração de renda, dentre outros).
15. A empresa emprega pessoas com deficiência? Se positivo, faz porque a legislação obriga ou é uma iniciativa de responsabilidade social?

16. A empresa participa e apóia algum tipo de atividade cultural e esportiva? Se positivo, quais e como apóia?
17. Caso a empresa preste serviços voluntários ou desenvolva projetos sociais que são capazes que mudar a vida de seus beneficiários. Quais são os benefícios que essas ações têm trazido para a empresa?
18. Quais os fatores que motivam a empresa a realizar trabalhos voluntários ou manter projeto social?
19. Estão sendo desenvolvidas outras práticas pela empresa que não estejam contempladas neste roteiro? Se existem, quais são?
20. A empresa segue alguma norma de conduta ou ética própria? Se sim, ela inclui em suas normas a preocupação com o desenvolvimento social dos funcionários ou da comunidade, incluindo projetos sociais próprios ou parcerias?

**TERMO DE CONSENTIMENTO:**

Eu \_\_\_\_\_, declaro que de livre e espontânea vontade participei da pesquisa.

Assinatura \_\_\_\_\_ do \_\_\_\_\_ participante:  
\_\_\_\_\_ Local/data: \_\_\_\_\_

A Pesquisadora Responsável por este Artigo é Daniele dos Santos (99632230) do curso de Bacharel em Ciências Contábeis da Fundação Universidade Federal de Rondônia – Câmpus Professor Francisco Gonçalves Quiles, sob orientação da Prof<sup>a</sup>.Dr<sup>a</sup> Nilza Duarte Aleixo de Oliveira. Esta pesquisa é de caráter sigiloso. Não serão divulgados nomes de participantes.